



Analisis Fungsi-Fungsi Pemasaran Pada Pengepul Rumput Laut Di Kabupaten Takalar Sulawesi Selatan

Analysis of Marketing Functions for Seaweed Collectors at Takalar Regency, South Sulawesi

Muh. Khalil Abdillah*, Faidah Azuz, Aylee Christine Sheyoputri

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Bosowa

*email: khalilabdillah@gmail.com

Diterima: 14 Maret 2025 / Disetujui: 30 Januari 2026

Abstract: *The study aims to determine the functions of seaweed marketing in Sanrobone Village. This research was conducted from July to August 2023. The data collection method was carried out by conducting a location survey and recording the total number of seaweed collectors in Sanrobone village. Respondents in this study were 10 seaweed farmers with the snowball sampling method (purposefully selected) the number of informants was 30% of the population, namely 10 respondents with the consideration that the selected respondents could provide accurate information, especially regarding the implementation of seaweed farming production functions. The results of the study show that in the seaweed marketing channel there are marketing agencies or institutions, both individuals and institutions as parties that organize marketing activities or functions where seaweed products move from producers to consumers. Meanwhile, farmers and collector traders in Takalar Regency also carry out marketing functions in the seaweed marketing flow so that seaweed products can move from producers to customers (wholesalers).*

Keywords: *Marketing Functions, Marketing Channels, Seaweed*

Abstrak: Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran rumput laut di Desa Sanrobone. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli hingga Agustus 2023. Metode pengumpulan data di lakukan dengan cara melakukan survey lokasi dan mencatat jumlah keseluruhan pengepul rumput laut yang berada di Desa sanrobone, Responden dalam penelitian ini yaitu petani rumput laut sebanyak 10 orang pengepul rumput dengan metode snowball sampling (sengaja dipilih) jumlah narasumber adalah 30% dari jumlah populasi yaitu 10 responden dengan pertimbangan bahwa responden yang dipilih tersebut dapat memberikan informasi yang akurat khususnya yang menyangkut tentang penerapan fungsi-fungsi produksi usahatani rumput laut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam saluran pemasaran rumput laut terdapat badan-badan atau lembaga pemasaran, baik perorangan maupun kelembagaan selaku pihak yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran yang mana produk rumput laut bergerak dari pihak produsen sampai konsumen; sedangkan petani dan pedagang pengumpul di Kabupaten Takalar juga menyelenggarakan fungsi pemasaran dalam alur pemasaran rumput laut sehingga produk rumput laut dapat bergerak dari pihak produsen sampai ke pihak pelanggan (pedagang besar).

Kata Kunci: Fungsi pemasaran, Saluran pemasaran, Rumput laut



This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

A. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki sumberdaya hayati laut yang sangat berlimpah, salah satunya adalah rumput laut. Produksi terbesar rumput laut di Indonesia hampir seluruhnya didukung oleh kegiatan budidaya, yang akhirnya rumput laut menjadi alasan untuk meningkatkan nilai ekonomis bagi masyarakat. Rumput laut yang dapat dibudidayakan salah satunya jenis *Kappaphycus alvarezii* yang mempunyai nilai ekonomi penting, karaginanannya dapat dimanfaatkan untuk bahan makanan, kosmetik, dan obat-obatan.

Rumput laut merupakan komoditi unggulan perikanan Sulawesi Selatan, berpotensi besar untuk meningkatkan ekonomi masyarakat namun belum dimanfaatkan secara optimal.

Ada dua jenis rumput laut dominan dikembangkan melalui integrasi program revitalisasi dan program daerah yaitu *Gracilaria verrucosa* dan *Eucheuma cottoni* (Sembayang, 2016).

Bidang rumput laut kini dilirik untuk dijadikan bidang usaha yang memiliki potensi luar biasa, keunggulan rumput laut ditinjau dari segi proses pengolahannya yang sangat mudah dan sederhana serta dapat dilakukan dalam skala rumah tangga. Perkembangan dan pertumbuhan teknologi informasi memberikan dampak positif bagi perusahaan yang bergerak dibidang industri, penjualan, dan jasa. Keberadaan teknologi informasi juga membawa perubahan yang signifikan terhadap terjadinya proses transformasi bisnis ke arah digitasi. Berwirausaha dengan menerapkan pemasaran dan penjualan online menjadi sarana untuk memasarkan produk secara luas. Pengaruh teknologi informasi khususnya media sosial sangat membantu kegiatan promosi disebabkan oleh lebih dari 100 juta orang adalah pengguna aktif smartphone atau gadget khususnya di Indonesia (Rewah, 2018).

Sulawesi Selatan, memiliki potensi pengembangan rumput laut pada areal 250 ribu hektar di sepanjang 1.973 km garis pantai, dan baru sekitar 15 - 25 % yang dimanfaatkan. Selama ini Sulawesi Selatan merupakan provinsi yang memiliki produksi rumput laut terbesar kedua di dunia setelah Negara Chili. Potensi produksi jenis *Gracilaria* sp sebesar 320.000 ton dan jenis *Eucheuma cottoni* 465.000 ton, yang tersebar di beberapa kabupaten pantai di Sulawesi Selatan (Anonim, 2015).

Peran pemerintah dalam mendorong perkembangan produksi rumput laut di Kabupaten Takalar telah menunjukkan hasil yang signifikan. Masyarakat pembudidaya di tambak didorong untuk semakin mengembangkan potensi ini, apalagi budidaya rumput laut paling cepat memberikan pendapatan kepada pembudidaya dengan masa panen setiap 1,5 bulan sekali. Wilayah yang mempunyai potensi sebagai penghasil *Gracilaria* sp di Kabupaten Takalar yaitu Desa Sanrobone (Baharuddin dkk., 2007).

Kenyataan menunjukkan bahwa perkembangan yang pesat pada sisi produksi tersebut terkendala oleh masalah pemasaran dan rendahnya harga tingkat pembudidaya. Beberapa faktor yang diduga mempengaruhi rendahnya kualitas produk, panjangnya saluran distribusi, tingginya biaya transportasi, ketidakjelasan harga, dan ketidakharmonisan hubungan antara pembudidaya dengan pedagang. Rendahnya kualitas *Gracilaria* sp disebabkan oleh tingginya permintaan di pasar domestik dan dunia yang menyebabkan pembudidaya melakukan pemanenan pada umur yang kurang dari 45 hari.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Sanrobone, Kabupaten Takalar, Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli hingga Agustus 2023. Penentuan narasumber, yaitu dilakukan dengan cara snowball sampling (sengaja dipilih) jumlah responden adalah 30% dari jumlah populasi yaitu 10 responden dengan pertimbangan bahwa narasumber yang dipilih tersebut dapat memberikan informasi yang akurat khususnya yang menyangkut tentang penerapan fungsi-fungsi pemasaran usahatani rumput laut.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif, sumber data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumen dengan alat penelitian berupa kuisioner dengan memaparkan secara mendalam saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran yang berkaitan dengan fungsi-fungsi pemasaran rumput laut di Desa Sanrobone.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

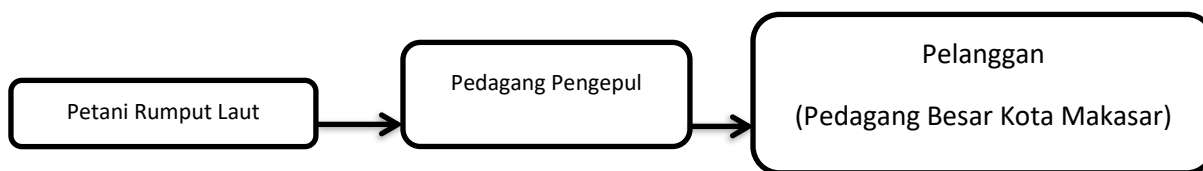
1. Saluran Pemasaran

Dalam saluran pemasaran rumput laut terdapat badan-badan atau lembaga pemasaran, baik perorangan maupun kelembagaan selaku pihak yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran yang mana produk rumput laut bergerak dari pihak produsen sampai konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran rumput laut di Desa Sanrobone yaitu petani merupakan individu atau kelompok

orang yang melakukan budidaya rumput laut dan menjual langsung hasil produksinya dalam bentuk kering ke pedagang pengumpul. Selain itu pedagang pengumpul merupakan pedagang pengumpul kabupaten yang membeli hasil panen rumput laut secara langsung dari petani tanpa adanya pihak perantara, dan kemudian memasarkannya kembali pada pedagang besar yang berada diluar wilayah Kabupaten Takalar yaitu di Kota Makasar dan Surabaya.

Rantai pemasaran rumput laut terdiri dari pedagang lokal, antar pulau dan eksportir yang hampir merupakan model yang sama di seluruh Indonesia. Petani akan menjual hasil panennya pada pedagang pengumpul dari pedagang pengumpul dijual ke pedagang besar di kota. Selanjutnya oleh pedagang di kota, rumput laut di jual ke industri di dalam negeri atau eksportir (Anggadiredja dkk dalam Tahir, 2015). Banyaknya lembaga yang terlibat dalam sebuah saluran pemasaran dipengaruhi oleh jarak dari produsen ke konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dengan konsumen akan mengakibatkan panjangnya rantai pemasaran serta akan mempengaruhi besar kecilnya biaya pemasaran dan besar kecilnya harga yang dibayarkan oleh konsumen.

Saluran pemasaran rumput laut yang terjadi di Desa Sanrobone termasuk dalam saluran pemasaran yang sederhana karena rangkaian alur yang terjadi tidak begitu rumit dan jumlah lembaga saluran yang ada merupakan lembaga yang biasa terlibat secara terus menerus dalam menyalurkan rumput laut dari produsen hingga ke konsumen. Terdapat satu saluran pemasaran rumput laut yang terjadi di lokasi penelitian seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Rumput Laut di Desa Sanrobone

Sumber: Data Primer Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran rumput laut yang terbentuk di Desa Sanrobone yaitu dimulai dari petani rumput laut yang merupakan pihak pertama dari alur pemasaran rumput laut kemudian ke pedagang pengumpul sebagai pihak kedua dan terakhir ke pelanggan (pedagang besar) yang ada di kota Makasar.

2. Fungsi Pemasaran

Petani dan pedagang pengumpul di Desa Sanrobone juga menyelenggarakan fungsi pemasaran dalam alur pemasaran rumput laut sehingga produk rumput laut dapat bergerak dari pihak produsen sampai ke pihak pelanggan (pedagang besar).

3. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran melibatkan kegiatan yang menyangkut pengalihan pemilikan dalam sistem pemasaran. Dalam hal ini, fungsi pertukaran meliputi kegiatan pembelian dan penjualan. Pada tingkat petani rumput laut fungsi pertukaran yang dilakukan hanya meliputi kegiatan penjualan. Penjualan rumput laut dilakukan langsung oleh petani ke pedagang pengumpul dengan harga Rp.6.200/kg. Dalam hal ini pedagang pengumpul yang mendatangi petani rumput laut sehingga petani tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi dan biaya pemasaran lainnya. Dalam penjualan rumput laut kering, petani juga melakukan pengepakan menggunakan karung sebelum dijual ke pedagang pengumpul.

Pedagang pengumpul juga melakukan fungsi pertukaran yaitu pembelian dan penjualan. Pedagang pengumpul melakukan pembelian rumput laut dari petani dengan harga Rp.6.200/kg; sedangkan penjualan rumput laut kepada pedagang besar di Wilayah Makasar seharga Rp.7000/kg, hal ini terjadi karena mengingat adanya biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang. Harga tersebut merupakan harga rumput laut yang berlaku saat penelitian berlangsung.

4. Fungsi Fisik

Fungsi pemasaran ini mengusahakan agar pembeli memperoleh barang atau jasa yang diinginkan pada tempat, waktu, bentuk, dan harga yang tepat. Fungsi pemasaran penyediaan fisik meliputi pengangkutan (transportasi), penyimpanan (pengudangan), dan pemrosesan (pengolahan). Dalam fungsi ini, petani rumput laut hanya melakukan fungsi penyimpanan, hal ini dilakukan karena waktu panen dan waktu penjemuran yang berlangsung selama 2–3 hari bahkan lebih yang diakibatkan karena faktor cuaca yang tidak menentu.

5. Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas yang dilakukan dalam proses pemasaran rumput laut, meliputi: standarisasi atau penggolongan mutu, merupakan penentuan mutu barang menurut ukuran dan patokan-patokan tertentu. Penggolongan mutu ini akan sangat mempermudah proses kegiatan pembelian dan penjualan dalam proses pemasaran rumput laut. Dalam hal ini, standarisasi atau penggolongan mutu dilakukan oleh petani dan pedagang rumput laut di Desa Sanrobone terkait dengan produk rumput laut kering yang diperjual-belikan. Umumnya kadar kering rumput laut yang diperjual-belikan di Desa Sanrobone berkisar rata-rata (kadar umum) 37 - 38 %, artinya produk rumput laut tersebut sudah layak untuk diperjual-belikan. Sedangkan standar kering yang baik untuk rumput laut adalah dengan kadar air 31 – 35 %, total garam dan kotoran yang melekat tidak lebih dari 3 – 5 % (Anggadireja dalam Tahir, 2015).

Fungsi pembiayaan dilakukan oleh pedagang pengumpul, dimana pedagang pengumpul memberikan bantuan modal kepada petani rumput laut untuk melakukan usaha budidaya rumput laut. Berdasarkan hasil penelitian, dalam melakukan pinjaman modal ke pedagang pengumpul tidak terdapat penetapan bunga dari pinjaman modal yang diberikan. Namun, pengembalian pinjaman dilakukan melalui pemotongan dari total harga pembelian rumput laut kering milik petani yang diserahkan kepada pedagang pengumpul.

Fungsi penanggungan resiko yang dihadapi petani rumput laut di Desa sanrobone adalah penurunan harga jual rumput laut yang disebabkan keadaan pasar rumput laut yang tidak stabil. Selain itu, akibat dari tidak terpenuhinya standar kualitas rumput laut, seperti standar kadar air rumput laut. Hal ini biasanya disebabkan karena penjemuran rumput laut yang tidak optimal atau biasanya diakibatkan karena faktor cuaca yang tidak menentu.

Tabel 1. Pelaksanaan Fungsi Pemasaran Setiap Lembaga Pemasaran di Desa Sanrobone

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran	
	Petani	Pedagang Pengumpul
Fungsi Pertukaran :		
Pembelian	-	√
Penjualan	√	√
Fungsi Penyediaan Fisik :		
Pengangkutan	-	√
Penyimpanan	√	√
Pemrosesan/Pengolahan	-	-
Fungsi Fasilitas :		
Standarisasi	√	√
Pembiayaan	-	√
Penanggungan Resiko	√	√
Penerangan (informasi) Pasar	√	√

Sumber: Data Primer Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa fungsi pertukaran (penjualan) disini petani rumput laut melakukan penjualan menggunakan motor untuk membawah atau mengangkut rumput ke pedagang pengumpul dengan harga Rp.6.200/kg. Fungsi penyediaan fisik (penyimpanan) disini petani rumput laut melakukan penyimpanan dalam hal ini agar nilai jual rumput laut naik itu dikarenakan waktu panen dan waktu penjemuran yang berlangsung selama 2–3 hari bahkan lebih yang diakibatkan karena faktor cuaca yang tidak menentu serta fungsi fasilitas (standarisasi) disini petani melakukan standarisasi guna agar rumput laut dapat seperti standar kadar air rumput laut. Hal ini biasanya disebabkan karena penjemuran rumput laut yang tidak optimal atau biasanya diakibatkan karena faktor cuaca yang tidak menentu.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada fungsi-fungsi pemasaran rumput laut di Desa Sanrobone, bahwa dalam proses fungsi-fungsi pemasaran rumput laut terdapat satu saluran pemasaran yang terbentuk yaitu pertama petani – pedagang pengumpul – pedagang besar dimana yang ikut serta dalam melakukan pemasaran rumput laut di Desa Sanrobone yaitu; pedagang petani dan pedagang pengumpul tingkat kabupaten. Selain itu, fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan yaitu fungsi pertukaran antara lain penjualan dan pembelian, fungsi fisik antara lain pengangkutan dan penyimpanan kemudian fungsi fasilitas antara lain standarisasi, penanggungan resiko, dan informasi pasar

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka., (2014). Strategi Pengembangan Agribisnis Hasil Pertanian Melalui Inovasi dan Kreativitas Menjadi Produk Unggulan di SMK Negeri 1 Pacet Kabupaten Cianjur. *Mimbar Agribisnis*. 1 (1), 45 – 54
- Anonim., (2015). *Warta Asosiasi Pengusaha Budidaya dan Industri Rumput Laut di Indonesia (APIBRI)* Jakarta.
- Baharuddin., dkk. (2007). *Marketing Internasional*. Student edition. Aucland: McGraw-Hill Company.
- Baladina., 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Bandeng di Kecamatan Tirtajaya Kabupaten Karawang. *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*. 9(1), 69 – 84.
- Astuti. DA, dkk. (2016). *Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia*. IPB Press Printing: Bogor. Anorganik Di Kabupaten Pringsewu. [Skripsi]. Bandar Lampung. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung.
- Harapan et all. (2019). *Prospek Pasar dan Kualitas dalam Pengembangan Industri Rumput Laut (Gracilaria)* (Makalah). Ist Indonesia Seaweed Forum Makassar.
- Hartono et al. (2012). Kelembagaan Petani: Peran dan Strategi Pengembangan Kapasitasnya. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (SEPA)*. 7(2), 102-109.
- Hikmah. (2015). Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Komoditas Rumput Laut *E. cottoni* untuk Peningkatan Nilai Tambah di Sentra Kawasan Industrialisasi. *J. Kebijakan Sosek KP*. 5(1):10-13. Doi: 10.15578/jksekp.v5i1.1013.